

Universidad del Salvador  
Facultad de Ciencias de la Educación  
y de la Comunicación Social

Carrera: Licenciatura en Publicidad

Tipo de trabajo: Estudio

Tema: Estudio y Análisis de la Evolución  
y Desarrollo de la Imagen.

Alumno: María Teresa Traverso

Director de la carrera: Lic. Nelson Pollicelli

Fecha: Octubre de 2003

## INDICE

INTRODUCCION.....	pág.1
-------------------	-------

### CAPITULO 1 : Arte y estética

---

¿Qué es el arte?.....	pág. 3
● El proceso de la creación de una obra .....	pág. 4
● Contenido y forma.....	pág. 5
¿Qué es la estética?.....	pág. 6
● La estética de Kant .....	pág. 6
● Lo bello y lo feo.....	pág. 7
● La estética moderna .....	pág. 8

### CAPITULO 2 : Arte moderno y comunicación

---

El arte y los medios de comunicación.....	pág.10
Movimientos artísticos del siglo XX .....	pág.11
● Impresionismo.....	pág.11
● Fovismo, Expresionismo.....	pág.12
● Cubismo, Dadaísmo.....	pág.13
● Surrealismo.....	pág.14
Después de la Segunda Guerra Mundial .....	pág.14
● Arte Abstracto.....	pág.14
● En Europa, Informalismo y Pintura Matérica.....	pág.15
● Arte Óptico y Cinético.....	pág.16
● En Estados Unidos, Expresionismo Abstracto .....	pág.17
● El Pop Art .....	pág.18
● Arte Minimalista, Arte Conceptual.....	pág.19
● Arte de acción: el Happening.....	pág.20

### CAPITULO 3 : Posmodernismo

---

El inicio del arte posmoderno.....	pág.23
Arte digital.....	pág.24
● ¿Qué es la digitalización?.....	pág.24
● La imagen digital. En el arte y en la gráfica .....	pág.24
● Técnicas mixtas: lo tradicional y lo digital.....	pág.25
Programas para pintar, ilustrar, retocar y diseñar.....	pág.26
● Programas de dibujo vectorial.....	pág.26
● Programas para tratamiento de imágenes.....	pág.26
● Programas para ilustración artística en 2D.....	pág.27
● Programas para ilustración artística en 3D.....	pág.27
Los nuevos artistas digitales.....	pág.27
Recrear a los grandes maestros.....	pág.28

CAPITULO 4 : **Arte y publicidad**

La publicidad a través del arte..... pág.30

Publicidad y arte de consumo..... pág.31

Sinéctica o el proceso creativo..... pág.32

El Diseño ..... pág.33

- El sistema de diseño en la creación de una imagen institucional ..... pág.34
- El color en publicidad..... pág.35

Oler colores. La sinestesia..... pág.36

Aportes del arte a la publicidad..... pág.36

Aportes de la tecnología a la Publicidad ..... pág.39

- Internet, un medio más de comunicación..... pág.39
- Proceso de decodificación de la imagen electrónica..... pág.40
- El color en la Web..... pág.40

La composición de la imagen..... pág.41

Herramientas digitales para mejorar y enfatizar la imagen publicitaria en la gráfica..... pág.41

Programas de dibujo vectorial en 3 D..... pág.42

Programas de animación para ilustración publicitaria en 3 D..... pág.42

CAPITULO 5 : **Comunicar a través de la imagen**

Una imagen vale más que mil palabras..... pág.44

Lo efímero de la imagen digital..... pág.44

La ilustración..... pág.45

- Norman Rockwell..... pág.45
- Andy Warhol..... pág.47
- Grandes caricaturistas e ilustradores argentinos..... pág.48

Transferencia analógica digital..... pág.51

Percepción, pregnancia y legibilidad de la imagen digital..... pág.52

Ilustración digital publicitaria..... pág.54

- Fotografía visual..... pág.54
- Ilustración de producto..... pág.55
- El aerógrafo. Su intervención en las Artes Plásticas y en la Publicidad..... pág.56
- El hiperrealismo..... pág.57
- El aerógrafo digital..... pág.57

La fotografía..... pág.58

- La fotografía digital..... pág.59
- Retoque o engaño digital?..... pág.60
- Hablan los fotógrafos y retocadores..... pág.61

Muestras de Arte Digital en América Latina..... pág.63

Los artistas y la Internet..... pág.65

- Macromedia Flash 5..... pág.65

Los artistas y la Multimedia..... pág.66

- El uso de la imagen en el diseño de interfaz..... pág.66

El Arte Multimedial. Una nueva categoría estética..... pág.67

- Otros programas de ilustración artística en 3D..... pág.67

Estado del Arte hoy..... pág.68

Reflexiones sobre el Estudio Realizado..... pág.69

Bibliografía consultada..... pág.71

**Nota:** Se adoptó el criterio de exposición de imágenes y texto, conforme a las necesidades y objetivos planteados en el Estudio.

## INTRODUCCION

El siglo XX marca el auge de los medios masivos de comunicación. La prensa, la radio, la televisión, el cine, la informática, contribuyen a la ampliación del entorno social más allá de diferencias políticas culturales y sociales.

En este siglo la imagen visual, desempeña un papel preponderante debido a la fuerza de los mensajes. Con relación a estos cambios, se plantean nuevas categorías estéticas respecto a los conceptos de arte y de belleza. La tecnología pasa a ocupar un lugar relevante.

Con el posmodernismo los artistas y publicitarios comenzaron a utilizar la tecnología digital como un medio de expresión, como forma de tomar lo que ofrecen las investigaciones tecnológicas y de sumergirse en ellas.

Es un mundo donde la imagen, absorbe a la palabra y debe ser ella sola la que comunica el mensaje en primera instancia.

El hombre de este siglo es un artista multifacético como el del Renacimiento, y está siempre en la búsqueda de nuevas expresiones para poder comunicarse, que en un primer momento, resultan complejas pero en definitiva, le facilitan la vida.

Es un hombre que se comunica, a través de la computadora y lo hace en la soledad de su existencia.

En este trabajo se plantea la evolución de las imágenes que comunican, referidas al arte y a la publicidad gráfica, los cuales están intrínsecamente ligados. El desarrollo a través del tiempo, de la imagen tradicional hasta la imagen digital de nuestros días.

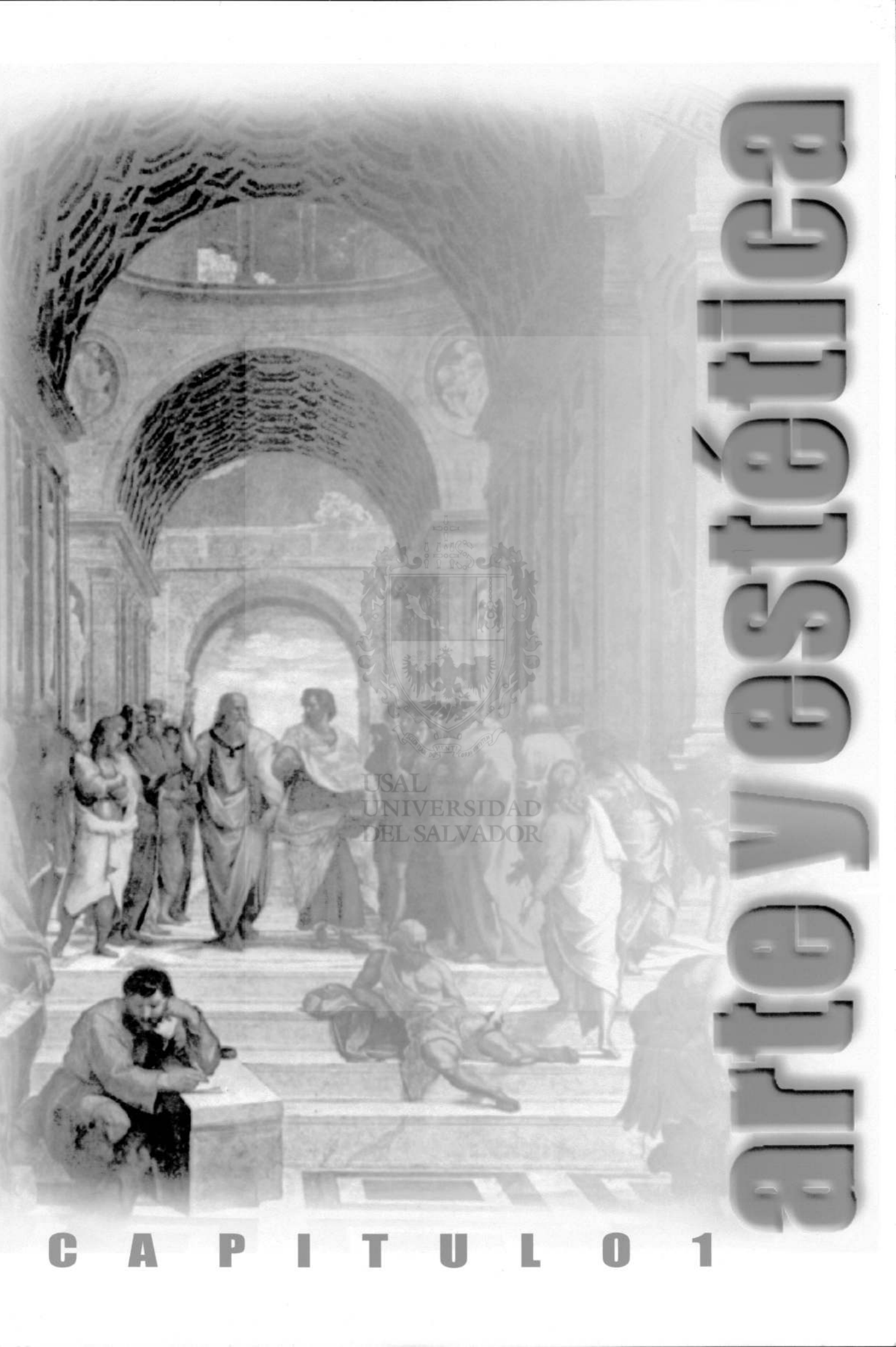
Definimos imagen tradicional, a la imagen artística ya sea una pintura o ilustración hecha íntegramente a mano, con materiales concretos, en donde no interviene ningún medio tecnológico en su creación y realización.

La imagen digital, es aquella que resulta después de haber utilizado un medio tecnológico en su creación y realización. No está formada por materia concreta, sino por un lenguaje digital de píxeles. En su creación y realización interviene la computadora.

Asimismo analizaremos el sentimiento y lo gestual de una imagen tradicional, con respecto al sentido diferente que adquiere la imagen digital, al intervenir la tecnología. La creación deja de ser única para convertirse en un acto compartido con la computadora.

Y por último, la sensación que provoca la imagen digital en el espectador-consumidor, que a diferencia de la imagen tradicional, no genera la misma vibración, no crea un sentimiento propio, ya que está inmersa en la modernidad.

La imagen digital está estereotipada, por el medio que utiliza, por eso no es única, y además no llega a suplir el sentimiento de la obra realizada por los sentidos humanos.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

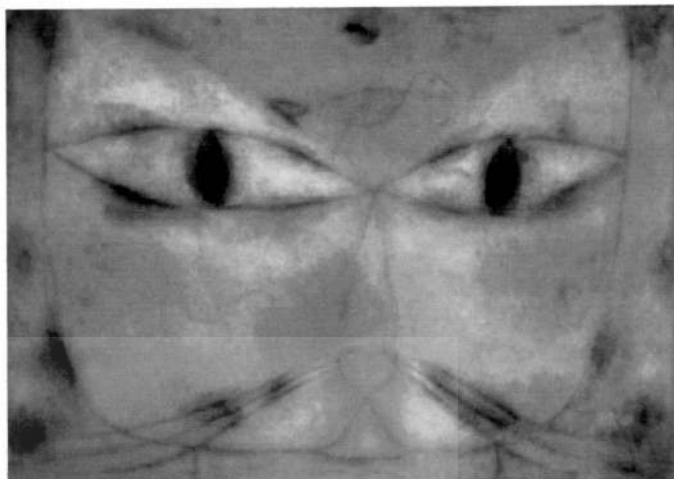
# arte y estética

C A P I T U L O 1



## ¿Qué es el arte?

En la actualidad se considera que el arte es un lenguaje, un sistema de comunicación elaborado por seres humanos con el objeto de transmitir ideas y sentimientos. Pero a diferencia de otros lenguajes el arte está condicionado por el deseo estético, es decir, por el deseo de alcanzar la belleza.



Paul Klee, Gato y pájaro, 1928.

*Me gustaría comparar la orientación en las cosas de la naturaleza y de la vida con la raigambre del árbol. De allí brotan para el artista las savias vitales, para atravesarlo y salir por su ojo, el artista ocupa el lugar del tronco. Así como la copa se extiende visiblemente en el tiempo y el espacio, del mismo modo ocurre con la obra. A nadie se le ocurrirá pedirle al árbol que dé a su copa la misma forma que sus raíces, lo de arriba no puede ser un reflejo de lo de abajo... el artista reúne lo que viene de lo profundo, y lo encauza hacia delante. Ni servir ni dominar, únicamente transmitir.(...)<sup>1</sup>*



El ideal de belleza se modifica en las distintas épocas y culturas. Por este motivo, las artes cambian con el tiempo y según el lugar y la cultura en que se desarrollan. En este sentido Kandinsky, explica lo siguiente:

*Toda obra de arte es hija de su tiempo, muchas veces, es madre de nuestros sentimientos. De la misma forma, cada período de la cultura produce un arte propio que no puede repetirse [...] comprender es formar y atraer al espectador al punto de vista del artista.(...)<sup>2</sup>*



<sup>1</sup>Klee, Paul, *Documentos para la comprensión del arte moderno*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1983.

<sup>2</sup>Kandinsky, Wassily, *De lo espiritual en el Arte*, Ediciones de Bolsillo, Barcelona, cuarta edición, 1983.

Hegel establece dos conceptos fundamentales con respecto a lo que es arte:



*El arte está hecho por el hombre y para el hombre; por lo tanto, el mundo en-sí, separado del hombre, no dispone de ninguna manera de cualidad estética, no es categoría estética. La mera imitación de la naturaleza, no puede generar arte, fenómeno estético.<sup>(1)</sup>*

Sólo la actividad creativa, partiendo de la realidad objetiva, puede hacer arte, tras purificar las eventualidades, lo que perturba la armonía, el equilibrio, la perfección. Incluso en la disarmonía también tiene que crear la armonía. Este concepto sobre la purificación expresa la *feliz satisfacción*, tan característica en la estética de Hegel, con que intenta magnificar el Estado ideal, o sea el Estado prusiano, donde según él, la Idea se encuentra con la materia, y con eso, el hombre entra en una especie de paraíso. En Hegel, la idea artística es categoría histórica.

### El proceso de la creación

En el proceso de creación de una obra artística intervienen varios elementos. En primer lugar el artista quién se expresa mediante su obra, en segundo lugar, la obra en sí misma, que es el producto; y por último, el público, que es quién completa la obra en el momento de apreciarla y de interpretarla.

En síntesis, puede decirse que hay dos etapas claves en la elaboración de una obra: la ejecución que realiza el creador y la percepción por parte del público. En este sentido Kandinsky nos habla del misterio de la creación:



*La verdadera obra de arte nace misteriosamente del artista por vía mística. Separada de él adquiere vida propia, se convierte en una personalidad, un sujeto independiente que respira individualmente y que tiene una vida material real.(...)<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Zatonyi, Marta, *Una estética del arte y el diseño de imagen y sonido*, Editorial CP67, Buenos Aires, 3ra. Edición, abril 1999.

<sup>2</sup> Kandinsky Wassily, *De lo espiritual en el Arte*, Ediciones de Bolsillo, Barcelona, cuarta edición, 1983.